



TEATR IM. LUDWIKA SOLSKIEGO W TARNOWIE
INSTYTUCJA KULTURY MIASTA TARNOWA OD 1954 ROKU

Gianina Cărbunariu
mady-baby.edu





Gianina Cărbunariu

m@dy-b@by.edu

przekład Beata Podgórska

reżyseria Krzysztof Prus

scenografia i kostiumy Marek Mikulski

asystent reżysera Tomasz Wiśniewski

obsada:

Anna Zachciał (gościnnie)

Maciej Babicz

Tomasz Wiśniewski

inspicjentka, suflerka Krystyna Fudyma

PREMIERA

7 lutego 2021, Scena Underground

+16



Gianina Cărbunariu

Urodziła się w 1977 r. w Piatra Neamt w Rumunii. Jest absolwentką wydziału filologii rumuńsko – francuskiej Uniwersytetu w Bukareszcie oraz Uniwersytetu Sztuki Teatralnej i Filmowej im. Iona Lucy Caragiale. Uczestniczyła w warsztatach teatralnych we francuskim Limoges, macedońskim Skopie oraz bułgarskim Sozopolu. Od 2002 r. zajmuje się reżyserią, w jej dorobku znalazły się między innymi inscenizacje sztuk Matei Viñnieca czy Franza Xavera Kroetza, które wystawiano m.in. Na festiwalu w Dublinie, Montrealu, Paryżu, a także na festiwalu Kontakt w Toruniu w 2005 r. Napisała ponad to kilka tekstów dramatycznych: „mady – baby.edu” (2005 r., znany również pod tytułem „Kebab”), „Nierealność z Natychmiastowego Dzikiego Wschodu (główna nagroda na Ogólnorumuńskim Konkursie Twórczości Dramatycznej w 2000 r.), „Stop the tempo!”, „Honey”. W 2002 r. założyła m.in. z Andreeą Valean i Iulią Popovici, stowarzyszenie dramAcum (dramaturgia dzisiaj), którego celem jest promocja i popularyzacja współczesnej dramaturgii rumuńskiej.

Tekst „mady – baby.edu” powstał podczas warsztatów teatralnych w Royal Court w 2005 r., a jego inscenizacja, przygotowana przez autorkę gościła w Niemczech i we Francji, a prapremiera odbyła się w 2005 r. w Teatrze Foarte Mic w Bukareszcie.



ROZMOWA Z KRZYSZTOFEM PRUSEM

– Co znaczy tytuł sztuki: „mady-baby.edu”?

– Tytuł to adres strony internetowej, nad którą pracuje trójka bohaterów dramatu. Należą do pokolenia, dla którego Internet jest podstawowym środkiem przekazu. Sama autorka, kiedy napisała ten tekst, nie przekroczyła jeszcze trzydziestki, „internetowy” tytuł sztuki jest więc po wielokroć uzasadniony. Dwa pierwsze człony adresu – „mady-baby” – to pseudonim Mădăliny, młodej Rumunki, która przyjechała do Irlandii, ponieważ ukochany obiecał jej pomóc zrobić karierę „w tańcu albo coś takiego”. Trzeci człon adresu, „edu”, odwołuje się do „edukacyjnego” charakteru wspomnianej strony. Tych, którzy jeszcze się nie domyślają, o jakiego typu edukację chodzi i jaką karierę w zachodnim świecie może zrobić nasza wschodnioeuropejska bohaterka, zapraszamy do teatru. Tych, którzy się domyślają, też zapraszamy, bo i tak czeka ich sporo zaskoczeń, a także niemata dawka emocji, a to za sprawą trójki wykonawców. Wyłoniona z grona siedemdziesięciu kandydatek Anna Zachciał wystąpi w roli Mădăliny. Jako Bogdan, delikatny i wrażliwy student sztuk wizualnych (wrażliwy, jak to często artyści, zwłaszcza na własnym punkcie) – Maciej Babicz. Jako Voicu, sutener-twardziel o mentalności dużego dziecka – Tomasz Wiśniewski, który dwanaście lat temu tą właśnie rolę debiutował na tarnowskiej scenie.

– Czego zatem możemy się spodziewać? Dramatu pełnego przemocy i scen łóżkowych?

– Pokazywanie przemocy i erotyki w teatrze w skali jeden do jeden prowadzi na ogół do niezamierzonych efektów komicznych: po pierwszym szoku widz zaczyna analizować sposób, w jaki aktorzy unikają ciosów, lub zastanawia się, czemu fizjologia aktorów nie nadąża za słownymi deklaracjami pożądania. W naszym przedstawieniu nie zabraknie okrucieństwa, choć głównie w sferze psychiki. Dozowane będzie jednak tak, aby widz nie stracił poczucia celowości tego, czemu ma ono służyć. Chcemy zadać pytanie: skąd bierze się zło? Co do erotyki, to w jedynej scenie stricte łóżkowej trójka ludzi przytula się do siebie, nie mogąc zasnąć. Zamiast się rozbierać, grubo się ubrali, bo noce w deszczowym Dublinie bywają chłodne. Scen związanych z tworzeniem domowej strony porno nie pokazujemy po to, aby widza podniecić. Pracują one na stworzenie ironicznego dystansu do pełnego chorych emocji świata. Komizm buduje wyekspozowanie technicznych aspektów przedsięwzięcia. Trochę tak, jakby nie pokazywać Hamleta wtedy, gdy myśli, cierpi i umiera, tylko gdy wstaje z martwych, kłania się i idzie do bufetu.

– **Realia w inscenizacji pozostaną rumuńskie?**

– Pierwszą, niekontrolowaną myślą przed przystąpieniem do pracy nad tekstem było przerobić realia na polskie. Sytuacja młodych Rumunów w Irlandii przypomina doświadczenia Polaków na Zachodzie. Charakter postaci – ta mieszanina kompleksów okryta pancerzem narodowej dumy – tym bardziej. Paradoksalnie postanowiłem zachować rumuńskie realia, by tym dosadniej opowiedzieć o nas, Polakach. Dlatego, że nie wierzę w szczerość tych wszystkich bajed, w których niby krytykujemy polskie wady, ale w rzeczywistości tylko wbijamy się w dumę, że tyle co nasz rodak, to żaden Niemiec nie wypije, i gdzie Polak pełną piersią oddycha, tam Francuz ze smrodu zdechnie. To rzeczywiście paradoks, ale żeby zdać sobie sprawę z naszego położenia, powinniśmy na świat spojrzeć z perspektywy tych, od których wydajemy się sobie w nieuzasadniony sposób lepsi: musimy poczuć się Rumunami.



Zmieniają się dzisiaj wzorce konsumowania dóbr i usług, a wraz z nimi zmieniają się również relacje seksualne. Rodzi się dziś – jak ujmuje to Hawkes (1999: 44) – „nowy typ osobowości” związany z „fleksybilnością” gospodarki i niekoniecznością dostosowania się do reguł społeczeństwa masowej produkcji.



Ten „nowy typ osobowości” zrywa z trwałością wartości, z trwałością jednego obranego u progu dorosłości stylu życia, zrywa z trwałością stabilnych związków i z przywiązaniem do rzeczy, budynków, miejsc, ludzi oraz otrzymanych z góry sposobów zachowania się i „bycia”. W centrum tych zmian stoi produkt i jego społeczna symbolika, ponieważ to z tej symboliki – jak wiemy – tką się dzisiaj tożsamość. Układając nabywane produkty, układamy jednocześnie projekt swojej tożsamości. Nowa kultura to kultura towarów oderwanych od swojego użytkowego przeznaczenia i obrazów reklamowych oderwanych od rzeczywistości. Sprzedaż towarów staje się w kulturze konsumpcyjnej niewyczerpanym panaceum na rozmaite bóle, jakie nas dzisiaj dotyczą: brak poczucia bezpieczeństwa, społeczne niedostosowanie, bóle rodzicielstwa. Nowszy, ulepszony produkt na pewno bóle te załagodzi. Bardzo ważny jest fakt, że uzależnienie od nabywanych przedmiotów skutkuje dzisiaj zanikiem rozmaitych umiejętności u ludzi (por. Bauman, Tester 2003:145). Nie inaczej dzieje się z seksem. Bez odpowiednich towarów, usług i zestawów przedmiotów dostępnych na konsumpcyjnym rynku (a są ich setki, jeśli nie tysiące: romantyczne restauracje, nakrycia stołu, egzotyczne wycieczki, wibratory, kosmetyki, krzykliwa bielizna, aparaty fotograficzne i wiele, wiele innych) najzwyczajniejszych, wydawałoby się, w świecie seks staje się skomplikowaną operacją, niemożliwą niemal do przeprowadzenia.

Żywoć seksualny w nowym konsumeryzmie upodabnia się zatem coraz bardziej do wszystkich innych sfer życia. Trzeba w jego ramach nadążyć za najnowszą seksualną modą. Od tego jest obserwacja reklam, porady ekspertów w kolorowych magazynach, produkty, obrazy medialne, wideo – i fonoprzewodniki po barwnym świecie konsumenckiego seksu. W odpowiedzi na zindywidualizowane pragnienia w kulturze konsumpcyjnej powstał wyrafinowany rynek seksualny. W kulturze masowej produkcji, w której wszyscy mieli uprawiać seks z grubszą tak samo, ten rynek był najzwyczajniej niepotrzebny. Teraz seksualne Ja możemy sami konstruować – tak jak konsumpcyjne Ja kreujemy, kupując odpowiednie towary – czerpiąc wprost z wystawowego okna. Przy czym panorama możliwych wyborów konsumenckich bez przerwy się zmienia.

Ujmując całą rzecz metaforycznie, można sądzić, że seks przeszedł dzisiaj ze „sfery produkcji” do otoczenia konsumpcyjnego i sam taki właśnie się stał – seks dzisiaj jest konsumpcją. Jesteśmy klientami w super sklepie i wybieramy tu z towarowej oferty to tylko, co nam odpowiada lub też to, co nam wmówią, iż jest naszą potrzebą. Im jednak magiczniej, im feeryczniej, tym lepiej dla sklepu. Wolność wyborów konsumpcyjnych jest jednak cały czas ograniczona dostępnością i liczbą oferowanych produktów. Nasza wyobraźnia seksualna nie sięga poza to, co oferuje nam seksualny hipersklep przez reklamę. A przecież przekonanie o wolnym i nieograniczonym wyborze jest centralne dla ekonomicznej i społecznej efektywności kultury konsumpcyjnej. Wolny wybór tymczasem ogranicza się do reklamowanych na jakieś sposoby towarów będących aktualnie na rynku. Nie inaczej jest w sferze seksu. Pewne tematy nie są reklamowane, przez to niemodne, niepożądane i tym samym niewykonywane. Popularność w życiu seksualnym młodych przeżywa prezerwatywa, nikt jednak (niemalże, a przykład ten podajemy wyłącznie dla osiągnięcia kontrastu) nie para się seksem sadomasochistycznym, przynajmniej w naszym kraju (w sprawie odpowiednich, ilustrujących te obserwacje danych – zob. Izdebski 2000). Ciekawe, na ile jest to uzależnione od medialnej, bardzo intensywnej propagandy prezerwatywy i nieobecnej w przestrzeni publicznej reklamy jakiś, wymyślanych zapewne, produktów służących „zabawom” w zadawanie bólu.

Każdy czytelnik lub choćby osoba przeglądająca pisma kobiece typu „Cosmopolitan” zauważy zapewne, że tego rodzaju magazyny są wręcz zafascynowane seksem. Ciekawa jest przyczyna takiej „codzienności seksu” w gazetach kierowanych do kobiet, szczególnie w sytuacji, kiedy jeszcze w latach 60. i 70. damskie magazyny zajmowały się raczej pomocą w pracach domowych, przez co można było powiedzieć o występującej w nich „codzienności kury domowej”. W czasach późnej nowoczesności nastąpiła w tym zakresie wyjątkowa zmiana prowadząca do sytuacji, w której pisma takie jak „Cosmo” przekonują kobiety, że każda chwila życia może być „useksualizowana” i zastanawiają się wraz z czytelnikami, jak zapobiec seksualnemu znudzeniu. Dlaczego tak się dzieje?

Otóż dlatego, że seks stał się produktem konsumpcyjnym czy też raczej sferą silnie związaną z produktami konsumpcyjnymi. Wyjątkowy seks, jako pewien styl życia do wyboru spośród innych stylów życia na późnonowoczesnym rynku, wymaga wykreowania (a więc sztucznego narzucenia) pożądania dla takiego właśnie stylu i dla powiązanych z tym stylem produktów. Produkty te są reklamowane i sprzedawane przez magazyny, takie właśnie jak luksusowe pisma kierowane do kobiet, przez co nie dziwi fakt, że na ich łamach tak się seks jako styl życia kreuje i lasuje. Znużenie produktem napędza konsumpcję seksualnych „zabijaczy” nudy. Sferą seksualną rządzą dziś te same mechanizmy, które sterują całą kulturą. Seks jest rozrywką, wiąże się z próżnowaniem podobnie jak zakupy. Seks traktuje się zatem tak rzeczowo i racjonalistycznie, a zatem magicznie i nieracjonalnie, jak zakupy w świątyniach konsumpcji.

[T. Szlendak Supermarketyzacja. Religia i obyczaje seksualne młodzieży w kulturze konsumpcyjnej]



ZATEM DOKĄD ZMIERZA MŁODZIEŻ?

Nie chcę zajmować się tutaj ich orientacją polityczną ani ich dążeniami w tej czy innej dziedzinie. Pragnę raczej zastanowić się nad stanem ich ducha, nad ich ogólnym stosunkiem do życia. W pewnym sensie, wobec skrajnej zmienności charakteryzującej młodzież współczesną, nie możemy już mówić o określonym kierunku w jakiegokolwiek dziedzinie. Młodzi nie są dziś zdolni przywiązać się na trwałe do jakiejś treści czy formy, szybko odrzucają jedną ideę, by poślubić inną, choć ich nowy afekt będzie równie efemeryczny. Nie czynią tak ze względu na powierzchowność czy dyletantyzm, lecz dlatego, że żyją w ciągłym napięciu. A żyjąc w ten sposób, zbyt szybko wyczerpuje się możliwości każdej treści życiowej, która staje się pustym schematem, szablonem do wyrzucenia. Klasyczne epoki ludzkości znały tylko stopniowe procesy, bez napięć, nieciągłości i transfiguracji; cały żywot ledwie starczał człowiekowi, by zinterioryzować jeden, ograniczony styl życia. W naszych czasach młodzi podtrzymują w sobie żar szalony i żarliwy; ich płomienie spopielają wszystko, co kiedyś było w życiu trwałe; płonie w nich ogień absurdu, który zwęгла naiwne korzenie vitalności. Przemiana wewnętrzna eliminuje wszystkie określone style życia i przestaje być paradoksem stwierdzenie, że stylem młodych jest zaprzeczenie wszelkiego stylu. Wystarczyło kilka lat, by skończyć z doświadczeniem religijnym, choć zdawało się tak obiecujące i płodne; formuły uważane wcześniej za pełne życia wyszydzone lub o nich zapomniano. Przeżyte aż do cna formy okazały się fragmentaryczne i niewystarczające — przypomina mi to formuła Simmela, wedle której transcendencja jest immanentna życiu, co znaczy, że niezdolne jest ono ustalić swoich treści, nadać sobie formę czy styl. Skrajna ruchliwość, w jakiej żyją młodzi ludzie, która, na poziomie teoretycznym, znalazła ekwiwalent w antropologicznej koncepcji dynamicznego i irracjonalnego charakteru życia, nie bierze się — jak można by przypuszczać — z czystego uniesienia czy czystej szczęśliwości. Dla niektórych spośród młodych ludzi, tych, którzy niedawno przeszli drogę edukacji, dynamizm życia, apologia jego irracjonalności i jego ruchliwości, miesza się z najstraszliwszą rozpaczą, z najbardziej przytłaczającym niepokojem. To nie *Schwärmerei*, lecz *Weltangst* jest określeniem na owo dramatyczne napięcie w życiu młodych. Tężejność jest niepewna, przyszłość budzi grozę; dręczy bolesne przecucie okrutnych niespodzianek, jakie może sprawić nieprzewidywalny bieg czasu; budzi lęk świat demoniczny, w którym diaboliczne są nawet rozkosze; pojawia się poczucie pustki, łączące w jedną przewrotną przyjemność doświadczenie życia z doświadczeniem nicości — przez takie oto uczucia młodzi stają się rozpaczliwie cyniczni i bolesnie egzaltowani.

Owszem, wszystkie te poruszające stany mają w tle brak perspektyw materialnych, lecz to tylko jedna z ich przyczyn. Gdybyśmy uznali ją za jedyną, zlekceważylibyśmy tragiczny charakter kryzysu, który dotknął naszą epokę, a zwłaszcza młodych; okazalibyśmy się ślepi na to nękające umysły napięcie, powstałe przez upadek współczesnej kultury. Można powiedzieć: nie warto nad nią ronić łez. Przyznajmy jednak, że drżenie jej fundamentów czujemy aż do głębi naszego jestestwa. W samym uczuciu Weltangst, które w Niemczech stało się powszechne (we Francji, przeciwnie, panuje atmosfera płaskiej przeciętności i wszystko jest skandalicznie wręcz nieaktualne) tkwi tak silne napięcie, jakieś wzmożenie całości treści bycia. Albowiem człowiek jest żywy nie tylko wtedy, gdy porywa go zapał, nie tylko w chwilach entuzjazmu, lecz także pogrążony w stanach zwanych negatywnymi. Mircea Eliade, mówiąc o „czasie młodych”, nie doceniał tego aspektu, który stanowi differentia specifica współczesnej młodzieży. Czyżby wydawało mu się, że możemy jeszcze być żywi i spontaniczni dzięki pozytywnym porywom, dzięki szczodremu szafowaniu energii?

Młodzi są żywi poprzez demoniczną namiętność, którą trwonią, wspinając się na niebezpieczne wyżyny, gdzie złudą staje się mówienie o kierunku, gdzie znika sens twórczej naiwności.

Donkiszoteria została zastąpiona przez nerwową świadomość, która uniemożliwia rozkoszne pogrążenie się w przypadkowym uroku bezużyteczności, bezcelowości. Być żywym nie znaczy jedynie przywiązywać nadmierną wagę do hierarchii wartości; znaczy też odwracać z wielką mocą ich bieg, zmieniać ich normalny kierunek na inny, nieskończenie bardziej odkrywczy i bardziej niszczycielski. Będąc przekonanym, że chaos, w jakim pogrąża się dziś świat, nie ułoży się w żaden styl ni formę, że długo jeszcze młodzi nie odkryją żadnej racji swego bycia, że nie będą mieli nic prócz heroicznego oporu, pozwalającego z okrutną i demoniczną rozkoszą trwać w upadku — możliwość stworzenia nowej moralności stoi bowiem teraz pod znakiem zapytania — nie ośmieliłbym się teraz głosić żadnej teorii. Nie uda się nam, młodym, umknąć przed całkowitym unicestwieniem. Rozkoszujemy się więc tym gorzkim przeznaczeniem — podobne było udziałem kilku zaledwie pokoleń w dziejach ludzkości.

I jeśli tak jest rzeczywiście, żyjemy w epoce, której nie łączy żadna nić pokrewieństwa z duchem klasycznym. Z głębokim więc żalem zauważam, że Petru Comanescu, umysł skądinąd tak żywy i spontaniczny, o zasługach, które uczyniły go kimś dla młodzieży nie do zastąpienia, wciąż uparcie promuje neoklasyczne formuły. Te zaś mam za przestarzałe i nikomu niepotrzebne.

Godzina młodych wybiła. Lecz dzwon nie bije w spokojnym rytmie — to sygnał wieszczący apokalipsę.

/ E.M. Cioran, Samotność i przeznaczenie/



Dyrektor naczelny - RAFAŁ BALAWEJDER
Dyrektor artystyczna - MATYŁDA BACZYŃSKA

Główna księgowa - EWA SZTORC
Koordynator pracy artystycznej - WIOLETTA ŁAWNIUK
Sekretariat - JADWIGA PODSADA
Specjalista ds. prawno-kadrowych - MACIEJ WIETRZYK
Specjalista ds. płac - ANNA MĄDRZYK
Kierownik techniczny - JERZY PRZYSTUPA
Kierownik administracji - AGATA BYKOWSKA
Pracownia stolarska - TADEUSZ STACH
Pracownia plastyczna - ANDRZEJ KRZYCZMONIK
Pracownia krawiecka - MAŁGORZATA JERZYKOWSKA
Oświetleniowcy - WIESŁAW HABEL, DARIUSZ RZESZUTO
Akustycy - ARTUR WACHOWIEC, ŁUKASZ SZARY
Rekwizytor - KAROL KOWALSKI
Garderobiana - SANDRA TOMCZAK
Charakteryzatorka i garderobiana - KATARZYNA GEORGIEW
Montażysci dekoracji - WŁODZIMIERZ NĘDZA (Brygadier sceny),
RYSZARD ADAMIAK, RYSZARD POCIECHA, KACPER SKRABSKI
Magazyn kostiumów - STANISŁAWA JĘDRZEJEC
Technik ds. bhp, ppoż. - WŁODZIMIERZ NĘDZA
Biuro promocji i organizacji widowni - KAROLINA BIAŁAS (Kierownik),
BERNADETTA CIOCHOŃ, MAGDALENA DRZAZGA, MONIKA HONKISZ,
MARZENA KIEŁBASA, MAŁGORZATA MIKOS, JERZY MROŻEK
Specjalista ds. wizualizacji i reklamy - MACIEJ SROKA



KULTURA.TARNÓW



TARNÓW

Bilety²⁴

TEATR IM. LUDWIKA SOLSKIEGO W TARNOWIE

INSTYTUCJA KULTURY MIASTA TARNOWA OD 1954 ROKU

67. SEZON ARTYSTYCZNY

ul. A. Mickiewicza 4, 33-100 Tarnów, sekretariat tel. (14) 688 32 88,
e-mail: sekretariat@teatr.tarnow.pl, www.teatr.tarnow.pl

REZERWACJE BILETÓW

Dział Promocji i Organizacji Widowni
ul. Mickiewicza 4, pokój nr 4 (w foyer), pon. - pt. 8.00 - 16.00
tel. kom. 784 976 025, (14) 688 32 87
promocja@teatr.tarnow.pl, organizacja@teatr.tarnow.pl,
kasabiletowa@teatr.tarnow.pl

SPRZEDAŻ BILETÓW

Kasa biletowa
ul. Mickiewicza 4, pokój nr 4 (w foyer), wt. - pt. 9.00 - 17.00
tel. 668 323 998, 784 976 025, (14) 688 32 87
oraz w weekendy na dwie godziny przed spektaklem

Redakcja programu
Teatr im. Ludwika Solskiego w Tarnowie,
okładka/plakat Marek Mikulski
skład Maciej Sroka